

学校编码: 10384
学号: 17820091151027

分类号__密级__
UDC__

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

情境因素对游客旅游体验质量的影响研究

Research on the Impact of Situational Factors of the
Tourists' Experience

陈莹盈

指导教师姓名: 林德荣教授

专 业 名 称: 旅游管理

论文提交日期: 2012 年 4 月

论文答辩时间: 2012 年 月

学位授予日期: 2012 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2012 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

2012 年 4 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

2012 年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

摘 要

随着旅游成为国人的重要生活方式之一,旅游体验质量高低不仅是旅游者关心的对象,也成了业界与学界的重要研究课题。旅游体验是一种高敏感度的人文现象,游览过程中的即时情境对其影响甚大。不少国内外学者对旅游体验质量的影响因素进行了积极探讨,但是鲜有学者从情境因素出发对其进行深入研究。想要深入地把握游客旅游体验质量的影响因素,有必要展开更为微观细致的研究。鉴于此,本文从旅游者旅游体验过程信息接受的角度出发,运用心理学、消费行为学、社会学、旅游人类学的理论范式,探讨情境因素中的物理情境与社会情境对游客旅游体验的影响。

本文在文献综述和理论分析的基础上,提出研究假设,以来厦门旅游的游客作为调查对象,采用便利抽样的方法进行问卷调查。再通过 SPSS 统计分析方法对情境因素与游客的旅游体验质量关系进行分析,并辅以台湾宜兰头城农场案例研究得出如下结论:

第一,良好的物理情境、社会情境与旅游体验质量成显著正相关,且物理情境下的三个维度都与旅游体验质量存在相关关系。即“与人相关”、“与物相关”、“与场景相关”三个维度都会对旅游体验质量产生影响。

第二,物理情境比社会情境更能解释旅游体验质量。通过将社会情境纳入回归方程发现,社会情境的系数不仅变小且变得不显著,说明比起社会情境,对物理情境的满意度更能解释游客的旅游体验质量。

第三,旅游体验过程中,不同旅游动机的游客对物理情境和社会情境的重视程度有所不同。实证分析结果说明观光旅游者与休闲度假者更重视物理情境中的感官享受,而文化体验者则更可能因为关注当地文化而忽略其他因素。

第四,通过头城农场的案例分析,进一步阐述了物理情境与社会情境对旅游体验质量的影响。良好的情境因素是游客旅游体验质量的重要保证。在塑造物理情境时,要注重视觉体验,并辅以听觉、嗅觉、味觉、触觉,让游客的感官得到充分的享受。同时在为游客设计体验剧本时,必须关注当地居民、接待人员的态度与服务,使其与游客形成良好的互动,提高游客的体验满意感。

在此研究结论基础上，结合凝视理论与拟剧理论相关观点，重点提出了相应的情境营造建议，包括从感官出发进行五觉设计，旅游情境服务设计，塑造情境氛围以及关注东道主凝视四大方面。最后总结了本文的局限并对后续研究进行展望。

关键词：情境；旅游体验；影响

Abstract

As tourism becomes an important way of life for people, the quality of travel experience is not only the object that the tourists concern, but also an important research topic for the industry and the academia. The travel experience is a high sensitive cultural phenomena, the impact of immediate situation during the tour is very great. Many foreign scholars are exploring the factors which influence the quality of travel experience actively. However, few scholars make a deep approach from the situational factors. In order to make a deep grasp of the factors which influence tourists' quality of experience, it's quite necessary to carry out detailed microscopic study.

In view of this, this paper start from point of view that the tourists travel to experience and accept the process of the information by using of consumer behavior, the theoretical paradigm of Sociology, Anthropology of Tourism, we explore the influence of situational factors in the physical situations and social situations on the tourists' experience.

Based on the literature review and theoretical analysis, we raise research hypothesis, taking the tourists who travel to Xiamen as research objects, using random sampling method to conduct questionnaire survey. Then analyze the relationship between the situational factors and tourists experience quality via the SPSS statistical analysis method, and supplemented by the case study of Taiwan Yilan Toucheng farm, we reach the following conclusions:

Firstly, good physical situations and social situations are positively correlated to the quality of tourist experience, and the three dimensions in the physical situation also have correlation to the traveling experience quality. Such as the three dimension of " Related to people", " Related to things", and " Related to the scenes "will have an influence on the quality of tourist experience.

Secondly, the physical situations, more than the social situations, can explain the quality of tourist experience. We found that the social situation factor not only gets small, but also becomes less marked by putting the social situation into regression

equations, which means that the physical situation satisfaction can better explain the tourists experience quality.

Thirdly, tourists with different tourism motivation have different degree of attention on the physical situation. Empirical analysis results show that the tourist and the leisure vacationers pay more attention to the physical situation of the senses, but the cultural experiencer is more likely ignoring other factors when concerning over the local culture.

Fourthly, we further elaborate the effect of the physical situation and social situation on the quality of tourist experience through the case analysis of Toucheng farm. Good situational factors are important to ensure the quality of tourist experience. When building of the tourism situation, we should pay attention to the visual experience, and supplemented by auditory, olfactory, gustatory, tactile, allowing the visitors to fully enjoy the sensual. At the same time, when designing the experience scenario for the tourists, attention should be paid to the attitude and the service of the local residents and the reception staff in order to form a good interaction with the tourists and raise the experience satisfaction of the tourist.

Based on the above study, combined with the viewpoint of the gaze theory and the dramaturgical theory, we put forward the corresponding suggestion for the situation building, including the four aspects that the five visual design starting from the sensory, the service design of tourism situational, the creation of atmosphere and the attention to the host. Finally the article summarizes the limitations and the prospects for follow-up study.

Key words: situation; Tourist experience; Influence

目 录

1. 绪论	1
1.1 选题背景	1
1.2 研究意义与创新点	1
1.2.1 研究意义	1
1.2.2 研究创新点	2
1.3 研究范围与内容	2
1.3.1 研究范围	2
1.3.2 研究内容	3
1.4 研究方法与技术路线	3
1.4.1 研究方法	3
1.4.2 技术路线	4
2. 文献综述	6
2.1 情境	6
2.1.1 概念界定与分类	6
2.1.2 情境研究进展	8
2.1.3 述评	10
2.2 旅游体验	12
2.2.1 旅游体验概念界定	12
2.2.2 旅游体验研究进展	12
2.2.3 述评	17
2.3 本文研究对象的进一步阐述	18
2.3.1 物理情境与社会情境的界定	18
2.3.2 研究对象界定依据	19
3. 理论基础	20
3.1 人——情境互动论	20
3.2 贝克情境理论	20
3.3 旅游凝视理论	22
3.3.1 凝视理论溯源	22
3.3.2 厄里的凝视理论	22
3.3.3 毛茨的“双向凝视”	23
3.4 拟剧理论与舞台真实性	24
4. 研究假设与问卷设计	26
4.1 研究假设	26
4.1.1 情境因素与游客旅游体验质量的关系	26
4.1.2 情境因素与不同旅游动机之间的关系	27
4.1.3 情境因素与旅游体验质量的关系模型	28
4.2 问卷设计	28

4.2.1 量表设计.....	29
4.2.2 数据分析方法.....	31
5. 情境因素对游客旅游体验影响的实证分析.....	33
5.1 数据收集与样本基本信息分析.....	33
5.1.1 数据收集.....	33
5.1.2 样本基本信息分析.....	34
5.2 数据分析及结果.....	36
5.2.1 项目分析.....	36
5.2.2 效度分析.....	36
5.2.3 信度分析.....	40
5.2.4 相关分析.....	41
5.2.5 回归分析.....	41
5.2.6 单因素方差分析.....	44
5.3 结果讨论.....	47
6. 台湾头城休闲农场案例分析.....	49
6.1 头城农场简介.....	49
6.2 头城农场情境要素塑造分析.....	50
6.2.1 物理情境的塑造.....	50
6.2.2 社会情境的塑造.....	52
6.3 案例总结.....	53
7. 研究结论与展望.....	54
7.1 研究结论与建议.....	54
7.1.1 研究结论.....	54
7.1.2 建议.....	54
7.2 不足与展望.....	59
参考文献.....	60
附录一：实证分析附表.....	64
附录二：调查问卷.....	68
致谢.....	70

厦门大学博硕士论文摘要库

Contents

1. INTRODUCTION	错误! 未定义书签。
1.1 Background	错误! 未定义书签。
1.2 Significance & Innovations	错误! 未定义书签。
1.2.1 Significance	错误! 未定义书签。
1.2.2 Innovations	错误! 未定义书签。
1.3 Research Range & Content	错误! 未定义书签。
1.3.1 Research Range	错误! 未定义书签。
1.3.2 Research Content	错误! 未定义书签。
1.4 Research Approach & Frame	错误! 未定义书签。
1.4.1 Research Approach	错误! 未定义书签。
1.4.2 Research Frame	错误! 未定义书签。
2. LITERATURE REVIEW	错误! 未定义书签。
2.1 Related Study on Situational Factors	错误! 未定义书签。
2.1.1 Concept Definition& classification	8
2.1.2 Research Progress of Situational Factors	10
2.1.3 Research Summary	12
2.2 Related Study on Tourism Experience	错误! 未定义书签。
2.2.1 Concept Definition	12
2.2.2 Research Progress of Tourism Experience	错误! 未定义书签。
2.2.3 Research Summary	18
2.3 Further elaborated in the Research objects	错误! 未定义书签。
2.3.1 Definition of physical situation and social situation	错误! 未定义书签。
2.3.2 The basis to define the research object	20
3. THEORETICAL BASIS	20
3.1 People—Situations Interactionism	22
3.2 Situations Theory of Belk	22
3.3 Theory of Tourism Gaze	22
3.3.1 Source of gaze theory	23

3.3.2 Ury' s gaze theory	24
3.3.3 Mutual gaze of Darya Maoz	26
3.4 Dramaturgical Theory&Stage Reality	26
4. Research Hypotheses& Questionnaire Design.....	26
4.1 Research Hypotheses	错误！未定义书签。
4.1.1 The relationship between situational factors and tourists' experience quality	错误！未定义书签。
4.1.2 The relationship between the situational factors and different types of travel motivation	错误！未定义书签。
4.2.3 Relation model of situational factors and tourists' experience quality.....	29
4.2 Questionnaire Design.....	31
4.2.1 Scales Design.....	33
4.2.2 Data Analysis Methods	33
5. An Empirical Analysis on Situational Factors' Influence on Quality of Tourism Experience	错误！未定义书签。
5.1 Data Collection&Basic Information Analysis of Samples.....	错误！未定义书签。
5.1.1 Data Collection	错误！未定义书签。
5.1.2 Basic Information Analysis of Samples.....	错误！未定义书签。
5.2 Data analysis and the results.....	错误！未定义书签。
5.2.1 Project Analysis	错误！未定义书签。
5.2.2 Validity Analysis	错误！未定义书签。
5.2.3 Reliability Analysis.....	错误！未定义书签。
5.2.4 Relevant Analysis.....	40
5.2.5 Regression Analysis	41
5.2.6 One-way ANOVA	41
5.3 Result Discussion.....	错误！未定义书签。
6. Case study on Taiwan TouCheng Farm	错误！未定义书签。

6.1 Introduction of TouCheng Farm	错误！未定义书签。
6.2 Situational elements Design of TouCheng Farm	错误！未定义书签。
6.2.1 physical elements Design.....	50
6.2.2 social elements Design.....	错误！未定义书签。
6.3 Summary of Case Study.....	错误！未定义书签。
7. RESEARCH CONCLUSION & PROSPECTS	错误！未定义书签。
7.1 Research Conclusion& Suggestion	错误！未定义书签。
7.1.1 Fundamental Research Conclusions	错误！未定义书签。
7.1.2 Suggestion.....	错误！未定义书签。
7.2 Research Limitations & Prospects	错误！未定义书签。
Literature Reference.....	60
APPENDIX 1: Data of Empirical Analysis.....	64
APPENDIX 2: Questionnaire.....	68
Acknowledgments.....	70

1. 绪论

1.1 选题背景

随着都市化进程以及生活节奏的加快,人们愈发需要高情感补偿,旅游日益成为人们的重要生活方式之一。每到假期便可见成批国人选择各式交通工具到各地旅游,他们或为追求愉悦,或出于审美需求,或为逃逸惯常生活,等等。旅游者不管出于何种动机出游,其旅游目的都是通过旅游中的体验来达成,旅游体验质量的高低对旅游者来说至关重要。然而,并不是每个游客都能获得满意的旅游体验。如何提高旅游体验质量是业界关心的问题,也引起了学界的关注。除了资源条件、管理水平等要素的影响,笔者认为情境因素对游客的体验具有重大影响。旅游体验是一种受主客观环境交叉影响的心理状态,是旅游者与即时情境相互作用的结果。要塑造满意的旅游体验,必须关注情境因素。基于此,本文探讨情境因素对游客旅游体验的影响,以期在理论上和实践上都能有所建树。

1.2 研究意义与创新点

1.2.1 研究意义

(1) 理论意义

目前,学术界对旅游体验的研究和探讨很多,形成了丰富的理论知识体系。但是较少有学者从情境的角度对旅游体验进行研究,旅游体验质量的高低很大程度上依赖于情境因素。因此,对其进行理论探析是必要的。本研究采用多种学科的理论范式,通过探讨情境因素对旅游体验的影响,从心理学、消费行为学、社会学、旅游人类学的角度理解旅游体验,丰富旅游体验的研究范围。

(2) 实践意义

旅游行业本身是一个依赖性、综合性很强的行业,比起一般行业,它对不确定性因素的敏感度很高。这个行业的高敏感度也决定了旅游体验本身对外部情境因素的高要求。在游览过程中一个普通的、突然的即时情境也可能影响到游客的

体验,如突然下雨会破坏到游客的游兴,进而对其旅游体验产生不利影响。而不满意的旅游体验不仅会影响到游客的重游率,更会通过口口相传影响潜在游客,从而减少游客量,影响旅游企业效益。因此,旅游企业除了关注资源条件、服务管理水平等因素外,还必须考虑情境因素对旅游体验的影响。这正是本文的实践意义所在:通过研究情境因素在旅游体验中的作用,更好地理解旅游者体验行为,并针对性地提出相应的情境塑造建议,有助于旅游企业开发更符合旅游者期望的旅游产品,对旅游企业的效益以及发展具有重要意义。

1.2.2 研究创新点

本文将情境因素运用于旅游业,研究情境因素中的物理情境与社会情境对游客旅游体验的影响机制,并为旅游企业如何塑造良好的情境要素以提高旅游体验质量提供可行的建议。对学界和业界深入了解旅游消费者行为有所裨益。本文创新点包括以下两个方面:

首先,将情境理论应用于旅游体验研究,以更符合游客体验过程的角度进行探讨,丰富了旅游体验的研究视角。

其次,旅游学界对情境理论的讨论为数不多,且集中在旅游购买行为上。虽说情境因素与旅游体验息息相关,但是专门从情境的角度对旅游体验进行探讨却是少见(具体见下文的文献综述)。本文较为系统地将情境理论应用于旅游体验的研究,拓展了情境的理论应用范围。

1.3 研究范围与内容

1.3.1 研究范围

本文研究情境对旅游体验质量的影响,情境因素范围颇为宽泛,大体可分为物理情境、社会情境以及旅游者心理情境三大类。本文基于凝视理论的观点,从旅游企业的角度出发界定所要研究的情境因素。凝视理论认为视觉体验在旅游体验中具有特殊地位,旅游者对外界的体验首先来自于视觉上的获得。在视觉获得的基础上旅游者与周围的人进行各种互动交流,形成相应的旅游体验。

因此,本文所研究的情境因素主要是与视觉体验相对应的物理情境以及与各种互动交流相对应的社会情境。即,本文研究范围界定为物理情境与社会情境对

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库